

Konsumsi dan Gaya Hidup: Interseksi Kelas di Asia Tenggara

Linggar Rama Dian Putra

Abstract

This paper discusses on the current developments in the cities of Southeast Asia by looking at the expansion of the global market as an independent variable that give an impact on the consumption patterns of urban communities in Southeast Asia. Although the wave of globalization has swept the region from few decades ago, but since the 2000s the cities in Southeast Asia experience significant changes due to the overwhelming stream of mass commodity products. The emergence of modern business and shopping district at the heart of major cities in Southeast Asia become a common phenomenon that evolves and has a contribution in shaping the face of urban areas in Southeast Asia. The presence of a mass commodity also contributes in shaping the discourse of lifestyle and consumption then defining the atmosphere of urban and social dynamics in the public space. This paper demonstrates the changes in the landscape and its impact on a culture of consumption that occurred in the cities in Southeast Asia. Focus area as the case study in this paper is Surabaya (Indonesia) and Kuala Lumpur (Malaysia)

Pendahuluan

Setidaknya sebelas tahun setelah krisis moneter memporakporandakan Indonesia di tahun 1997-1999, Surabaya mendeklarasikan spirit baru kota Surabaya, yakni *Sparkling Surabaya*. Dengan percaya diri, Pemerintah Kota Surabaya mengatakan bahwa makna dibalik spirit tersebut adalah Surabaya yang gemerlap, terang, nyaman, dan tak pernah tidur dari aktifitasnya sebagai sebuah kota besar. Pemerintah Kota Surabaya itu juga menyampaikan bahwa langkah tersebut juga merupakan salah satu upaya menunjukkan pada khalayak domestik maupun internasional bahwa Surabaya saat ini menuju kota yang siap menjadi wahana internasional di Asia Tenggara.¹

Sebelumnya, di tahun 2010, Singapura juga me-*launching* brand barunya, *Your Singapore*. Brand tersebut dideklarasikan untuk menggantikan slogan sebelumnya *Uniquely Singapore*. Di slogan sebelumnya, Singapura menampilkan diri sebagai kota yang atraktif, plural, dan tentu saja menunjukkan kualitasnya sebagai kota paling modern dengan *design* yang

1 www.transsurabaya.com, diakses pada 8 November 2012

futuristik di Asia Tenggara. Tetapi di slogan terbarunya, *Your Singapore*, Singapura menjelaskan kepada khalayak bahwa kota tersebut adalah milik mereka, baik warga Singapura maupun pengunjung dari luar negeri, yang menciptakan sendiri pengalaman dan fantasinya di wahana kota Singapura.²

Apa yang terjadi pada Surabaya dan Singapura di atas merupakan gambaran kecil perkembangan terkini yang terjadi di Asia Tenggara, khususnya di kawasan perkotaan. Sejak tahun 1990-an, kota-kota di Asia Tenggara mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, baik dari segi infrastruktur maupun dari segi demografisnya. Beng Huat (2003) menjelaskan bahwa pesatnya perkembangan kota di Asia Tenggara ini tidak terlepas dari pengaruh aktifitas kapitalisme global yang menempatkan Asia Tenggara menjadi bagian tak terpisahkan dari lalu lintas kapital dan distribusi barang produk kapitalisme global tersebut. Selain itu, karena secara historis kota-kota di Asia Tenggara telah lama terlibat dalam jejaring perdagangan global, maka wilayah kota merupakan wilayah yang paling mudah dalam mengakomodir kebutuhan kapitalisme, dalam hal ini investasi dan distribusi produk-produk global.³

Sementara itu, berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Asia Tenggara merupakan kawasan dengan pertumbuhan kota yang paling signifikan⁴. Meskipun tingkat urbanisasinya terbilang rendah jika dibandingkan dengan kawasan yang lain, tetapi mobilitas sosial dari kawasan rural ke pusat-pusat kota besar terus mengalami peningkatan. Saat ini, kota-kota besar di Asia Tenggara seperti Jakarta, Manila, dan Bangkok dihuni lebih dari 10 juta jiwa dengan diikuti oleh *trend* pertumbuhan penduduk di kota besar lainnya seperti Ho Chi Min, Surabaya, dan Bandung⁵. Selain karena disebabkan oleh tingginya angka natalitas penduduk, penambahan penduduk dipusat kota-kota besar di Asia Tenggara juga banyak disebabkan oleh tingginya mobilitas tenaga kerja yang menuju ke kawasan pusat maupun suburban kota.

Dua faktor di atas menjadi aspek penting dalam kajian perkotaan Asia Tenggara kontemporer yang banyak dijadikan dasar oleh para ahli dalam melihat perkembangan terkini kota-kota besar di kawasan Asia Tenggara. Studi Evers dan Korff (2000) menunjukkan bahwa kota-kota di Asia Tenggara memiliki peran yang begitu besar dalam dinamika sosial masyarakat Asia Tenggara. Selain menjadi pusat jejaring perdagangan internasional, kota-kota

2 'Your Singapore' diakses dari situs resmi pariwisata Singapura (www.yoursingapore.com) pada tanggal 9 November 2012.

3 Sejak sebelum era kolonial, wilayah-wilayah di Asia Tenggara telah terhubung satu sama lain dalam jejaring perdagangan yang saat itu juga melibatkan Cina di Asia Timur dengan beberapa wilayah di Timur-Tengah. Sentra-sentra dagang inilah yang kemudian menjadi cikal bakal kota hingga masa kolonial dan setelahnya. Reid (1990), *Modern Asian Studies* 24, hlm. 1-30.

4 United Nations (2001) dalam Jones (2002)

5 Jones (2002)

di Asia Tenggara juga menjadi sentra administrasi dan politik pemerintahan negara. Dua fungsi tersebut menyebabkan kota memiliki peran yang kuat bagi kehidupan masyarakat di Asia Tenggara baik di kawasan urban maupun rural, terutama dalam aspek sosial, ekonomi, dan politik. Simpson (2001) melihat bahwa ruang perkotaan di Asia Tenggara menjadi *mileu* bagi munculnya kelas menengah perkotaan dan sekaligus menjadi medium tumbuhnya *consumer culture* di Asia Tenggara.

Studi yang lain melihat perkembangan kota di Asia Tenggara menyoroti problematika tersendiri, terutama bagi kalangan kelas menengah ke bawah yang banyak mendiami wilayah perkotaan. Semakin tingginya nilai ekonomis ruang-ruang di kota akibat dari semakin padatnya jumlah penduduk dan tingginya investasi yang masuk menyebabkan kalangan kelas menengah ke bawah memiliki akses yang kecil terhadap ruang tersebut sehingga harus menempati wilayah-wilayah *slum* yang selalu menghadapi ancaman penggusuran oleh pemerintah kota (Ockey 1997; King & Idawati 2002; Peters 2009). Tak hentinya, perkotaan menjadi ruang yang rentan akan konflik horizontal, antara kalangan miskin perkotaan dalam menjaga eksistensinya terhadap ruang-ruang perkotaan dan pemerintah kota dalam proses penataan ruang-ruang perkotaan (Ockey 199; Bunnell 2002; Silas 2002; Peters 2009).

Berangkat dari dua kutub studi perkotaan di atas, tulisan ini berupaya untuk memunculkan wacana alternatif untuk melihat perkembangan terkini kota-kota di Asia Tenggara. Studi ini mengangkat gaya hidup sebagai diskursus yang saat ini dominan dalam membentuk pola kehidupan perkotaan di Asia Tenggara dan memiliki implikasi yang cukup kuat dalam perubahan sosial yang diasosiasikan lebih luas dengan pola hidup kontemporer di Asia Tenggara, terutama setelah krisis ekonomi yang menerpa kawasan ini di tahun 1997. Terdapat dua faktor utama yang menyebabkan gaya hidup menjadi wacana yang cukup dominan dalam konteks perkotaan di Asia Tenggara saat ini, yakni munculnya kelompok kelas menengah Asia Tenggara dan ekspansi modal dan komoditi global ke Asia Tenggara.

Di Asia Tenggara, kelas menengah merupakan kelompok yang sebenarnya telah eksis sejak lama, bahkan sebelum kawasan ini memasuki era industrialisasinya. Di masa pra-industri, kelompok kelas menengah di Asia Tenggara diidentikkan dengan kalangan intelektual yang independen, petani pemilik lahan, pedagang, serta mereka yang menduduki kursi birokrasi sipil (Geertz, 1960; Young 1989; Okcey 1999). Dalam perkembangannya, terutama pasca kemerdekaan dan industrialisasi awal, kelas menengah di Asia Tenggara mengalami pergeseran yang diakibatkan oleh adanya perubahan *mode of production*. Beberapa ilmuwan menyebut kelas menengah ini dengan istilah kelompok kaya baru (*new rich*) karena kelompok ini muncul sebagai kelompok dengan nominal pendapatan yang tinggi karena

keberhasilan restrukturisasi ekonomi dalam konteks transformasi moda produksi dari agraris menjadi industri di Asia Tenggara (Lev, 1990; Tanter & Young, 1990; Shamsul, 1999; Simpson, 2001). Kelas ini identik dengan gaya hidup dan konsumsi sebagai karakternya. Berasal dari kalangan intelektual dan tingkat pendidikan menengah ke atas, serta dengan tingkat pendapatan yang tinggi kelas ini membentuk karakternya melalui gaya hidup (*lifestyle*) dan peningkatan standard hidup (Dick, 1990). Kelompok ini banyak berada di perkotaan dan sentra-sentra industri serta memiliki pengaruh yang cukup dominan dalam membentuk pola kehidupan perkotaan di Asia Tenggara.

Faktor lain yang menjadi pendorong menguatnya wacana gaya hidup di perkotaan kontemporer adalah fenomena *booming*-nya komoditi global di Asia Tenggara setelah krisis ekonomi 1997. Dalam konteks Asia Tenggara, krisis finansial 1997 merupakan momentum yang menjadi penyebab banjir produk-produk komoditi global ke kawasan ini. Porak-porandanya ekonomi nasional negara-negara yang di Asia Tenggara sebagai akibat dari krisis memaksa dikeluarkannya regulasi untuk membuka selebar-lebarnya pintu investasi dan pasar di Asia Tenggara bagi komoditi global yang dibawa oleh trans nasional *retails*, terutama produk dari negara-negara barat (Mutebi, 2007). Tak ayal, diakhir 1990-an hingga saat ini, fenomena *booming* supermarket, *mall*, dan membanjirnya produk komoditi global menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan perkotaan.

Dalam tulisan ini, penulis melihat bahwa kombinasi antara terus bertambahnya kelas menengah atau kelompok dengan pendapatan menengah ke atas di perkotaan dan membanjirnya komoditi global menjadikan kota sebagai ruang pembentukan gaya hidup di dalam konteks budaya konsumsi.⁶ Untuk menelaah pemikiran tersebut, penulis meurujuk pada apa yang pernah disampaikan Featherstone (2007) bahwa dalam struktur budaya konsumsi kontemporer ini, masyarakat tidak hanya berbicara melalui pakaian, tetapi juga melalui hunian, perabot, dekorasi, mobil, dan berbagai aktifitas yang merepresentasikan selera. Inilah yang kemudian menempatkan konsumsi sebagai salah satu aspek penting yang dominan dalam membentuk gaya hidup karena konsumsi itu sendiri telah diasumsikan sebagai indikator gaya hidup (Chaney, 1996). Dalam konteks masyarakat *consumer culture* inilah kota menjadi ruang yang penuh dengan simbol gaya hidup, sebagai titik temu antara kelas menengah dan kehadiran pasar yang menjadi wadah bagi komoditi global. Dan dalam beberapa kasus, pasar atau pelaku komersial

6 Budaya konsumsi muncul sebagai sebuah konstruksi sosial akibat dari sistem produksi massa yang ditandai dengan bergesernya motif konsumsi terhadap suatu barang dari kegunaannya menjadi konsumsi nilai simboliknya. Sehingga, dalam budaya konsumsi barang tidak hanya berfungsi sebagai barang itu sendiri, tetapi juga berfungsi sebagai *communicator* yang terkait dengan asosiasi-asosiasi tertentu dalam sebuah masyarakat (Sahlín, 1976; Baudrillard, 1975, 1981; Featherstone, 2007).

memiliki intervensi dalam pembangunan kota yang efeknya adalah mempengaruhi wajah dan atmosfer kota.⁷

Untuk mengurai lebih lanjut perkembangan kota-kota di Asia Tenggara, tulisan ini akan diawali dengan tinjauan terhadap pertumbuhan kota-kota di Asia Tenggara yang difokuskan pada dua kota, yakni Surabaya dan Kuala Lumpur. Berdasarkan data PBB, dua kota tersebut merepresentasikan standar PBB yang digolongkan sebagai mega urban.⁸ Adapun sumber data yang digunakan dalam tulisan ini adalah data-data literatur yang diambil dari jurnal, artikel, dan buku dari penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya, serta dari sumber-sumber yang lain seperti surat kabar dan media elektronik *online*

Surabaya Setelah Orde Baru

Beberapa tahun setelah krisis moneter 1997 yang sempat meruntuhkan kelas menengah dan menjatuhkan rezim politik Orde Baru, Indonesia kehilangan *sense* keamanan dan ketertiban yang dulu menjadi jargon pemerintah Orde Baru dalam mengkondisikan ruang-ruang publik, baik di perkotaan maupun di wilayah *rural* (Peters, 2009). Runtuhnya rezim orde baru sekaligus berpengaruh terhadap berkurangnya peran negara dalam menciptakan *social order* di ruang-ruang publik kota dan menjadikan ruang publik kota sebagai kawasan *frontier* yang diperebutkan oleh aktor-aktor baru yang bermunculan. Bersamaan dengan 'absen'-nya negara, kekuatan komersial muncul mengambil alih wacana di ruang-ruang perkotaan bersamaan dengan investasi baik domestik maupun asing yang masuk ke Indonesia (Kusno, 2009).

Di Surabaya, tekanan investasi dan kekuatan komersial memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap *landscape* kota itu sendiri maupun dinamika sosial yang terjadi di dalamnya. Di era 2000-an, Surabaya mengalami pertumbuhan infrastruktur yang cukup pesat. Sebagai dampak dari Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 99/1998 dan Surat Keputusan Kementrian Investasi No 29/SK/1998, Surabaya mengalami *booming* market yang ditandai dengan menjamurnya *mall* dan *trans national retails*, seperti Carrefour, Giant,

7 Peters (2009) menunjukkan tentang bagaimana hadirnya *Supermall* di Surabaya di era 2000-an merubah wajah Surabaya secara drastis. Dan ini pun diikuti oleh kebijakan tentang penertiban terhadap sektor informal yang kemudian dianggap mengganggu pola dan gaya hidup yang dicitrakan oleh hadirnya komersialisasi perkotaan tersebut.

8 Menurut organisasi Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), yang digolongkan ke dalam mega urban adalah kota dengan jumlah penduduk lebih dari 10 juta jiwa (United Nation dalam Jones, 2002).

dan yang lainnya⁹ (Peters, 2009). Hingga tahun 2011, setidaknya terdapat 29 plaza dan *mall* yang beroperasi di Surabaya dengan berbagai segmentasinya yang meliputi *common lifestyle* dan *electronic mall* (Putra, 2012). Di tahun 2007-2008, Surabaya menjadi bagian dari proyek jalan raya trans-Jawa yang menghubungkan jalan antar kota di pantai utara Jawa dengan nilai investasi mencapai US\$ 2,7 miliar dan US\$ 234 proyek jembatan Suramadu yang menghubungkan Surabaya dengan pulau sentra industri garam Madura (World Highways, 2008b; World Highways, 2008c; Peters 2010). Dengan dukungan infrastruktur tersebut, Surabaya telah menjadi pusat zona ekonomi baru di Jawa Timur yang menjadi sentra lalu lintas barang, jasa, dan modal.

Seiring dengan itu, jumlah penduduk Surabaya juga semakin meningkat dari tahun ke tahun. Di tahun 2005, penduduk Kota Surabaya berjumlah 2.740.490 jiwa, dan angka tersebut membengkak mencapai 2.929.528 jiwa 5 tahun kemudian.¹⁰ Angka tersebut juga dibarengi migrasi ke kota Surabaya juga terus meningkat dan memberikan dampak langsung terhadap pertumbuhan ekonomi dari berbagai sektor. Dalam kurun waktu antara tahun 2006 sampai 2010, angka migrasi menuju kota Surabaya bertambah dua kali lipat dari 32.912 ke angka 61.649 jiwa.¹¹ Secara langsung maupun tak langsung, penambahan jumlah penduduk dan migrasi ke kota Surabaya memberikan pengaruh pada semakin berkembangnya sektor properti, terutama dalam penyediaan hunian bagi mereka yang bekerja di Surabaya. Khusus di sektro properti ini, trend perkembangannya telah berkembang sejak tahun 1990-an yang saat itu para *developer* telah melihat real estate sebagai kesempatan pasar yang menjanjikan di Surabaya (Silas, 1995; Peters, 1999). Pada masa krisis ekonomi Amerika Serikat di tahun 2008, sektor properti di Surabaya mengalami peningkatan yang drastis hingga di tahun 2011 dan 2012 mencapai rata-rata 5% untuk rumah dengan harga Rp 1 – 1,5 miliar.¹² Di samping itu, angka pertumbuhan hunian hotel dan apartemen juga terus menjamur. Di era 2000-an ini seperti superblok City of Tomorrow (Cito), The Adhiwangsa Tower, Bukit Darmo Golf, Metropolis Tower, TS Suite Hotel, dan masih banyak lagi (Putra, 2012).

Di tengah pertumbuhan infrastruktur kota dan pasar di Indonesia, beberapa ilmuwan menyoroti perubahan pola hidup masyarakat perkotaan yang berorientasi pada *better life*. Menurut Freddy Istanto dalam Leeuwen (2011) yang menyoroti pertumbuhan *mall* di Indonesia melihat bahwa selain berfungsi sebagai pusat perbelanjaan, *mall* yang tumbuh menjamur telah menjadi pusat aktifitas sosio-kultural yang memungkinkan masyarakat

9 Surat Keputusan Presiden dan Surat Keputusan Menteri tersebut merupakan bagian dari paket kebijakan yang ditawarkan oleh *International Monetary Fund* (IMF) dalam kesepakatan yang ditandatangani pemerintah Indonesia dan IMF pada Januari 1998. Isi dari kesepakatan tersebut adalah IMF akan memberikan bantuan finansial Indonesia dalam krisis 1998 dengan syarat Indonesia membuka jalan bagi masuknya Trans National Retails dan meliberalisasi sektor perdagangan dan konsumsi (Mutebi, 2007).

10 BPS Kota Surabaya, 2010

11 BPS Kota Surabaya, 2010

12 Diakses dari lensaIndonesia.com pada hari Jum'at, 30 November 2012.

membentuk gaya hidupnya, selain juga *mall* dapat menjadi sumber *knowledge*, informasi, sistem nilai, dan moral. Selain itu, konsumsi terhadap media juga memberikan pengaruh pada perubahan orientasi gaya hidup masyarakat perkotaan pasca orde baru. Yulianto (2008) dalam studinya menunjukkan bahwa konsumsi terhadap *infotainment* (acara gosip selebriti) dan sinetron setelah tahun 2000 memberikan pengaruh terhadap pola berpikir dan gaya hidup masyarakat kota. Hal ini berpengaruh kepada bagaimana selera masyarakat berubah mengikuti apa yang hadir dalam iklan, sinetron, dan tayangan gaya hidup selebriti Indonesia. Oleh karenanya, tekanan pasar dan referensi hidup yang ada di media televisi Indonesia menjadi faktor penting dalam membentuk pola kehidupan masyarakat kota dewasa ini.

Di Surabaya, orientasi *better life* pada masyarakat kota tercermin dari bagaimana mereka menentukan gaya hidup mereka yang dimanifestasikan dalam bentuk konsumsi dan cara mereka menghabiskan waktu luangnya. Dalam konteks Surabaya, *Mall* telah menjadi pusat aktifitas masyarakat kota, tidak hanya dalam aktifitas konsumsi tetapi juga rekreasi. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI), di hari reguler, *mall-mall* di Surabaya dikunjungi rata-rata 25.000-35.000 pengunjung dalam sehari.¹³ Jumlah pengunjung ini bervariasi, yang terdiri laki-laki dan perempuan, kelompok remaja, dan dewasa. Jumlah pengunjung tersebut akan bertambah dua kali lipat ketika hari libur atau menjelang perayaan hari raya Idul Fitri, Natal dan tahun baru, serta perayaan Imlek. Meskipun secara ekonomis berbelanja di *mall* terbilang lebih mahal jika dibandingkan dengan tempat perbelanjaan lainnya, tetapi *gengsi* dan *prestige* yang melatari gaya hidup menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar pengunjung *mall* Surabaya.

Mall sebagai ruang yang menyediakan sensasi *better life* menjadi referensi bagi masyarakat kota Surabaya untuk mereproduksi gaya hidupnya. Cerita tentang pentingnya *mall* sebagai ruang mikro kultur kota ini diungkapkan oleh Roni yang kerap berbelanja di Delta Plaza dan Tunjungan Plaza. Bagi Roni, berbelanja tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga bagaimana membentuk citra tentang gaya hidupnya.

"Beda kalau beli di pasar, bungkusnya kertas koran dan plastik warna hitam, jadi kalau beli barang di mal, jelas lebih berkelas dong. Lebih punya gengsi.... Dari merknya saja kita punya gengsi. Di sini tidak ada produk dengan merk 'kacangan' seperti yang dijual di pasar".

Wacana *gengsi*, produk berkelas, merk 'kacangan' menjadi alat *tools* dalam melegitimasi selera publik yang berefek pada bagaimana orang-orang

13 Harian Jatim edisi 23 Januari 2012, diakses dari www.harianjatim.com

perkotaan di Surabaya harus bersikap, bertindak, bergaya, serta berpikir untuk orientasi hidupnya. Dalam kondisi ini, gengsi *prestige* merupakan kata kunci bagi bagi terbentuknya pola hidup masyarakat perkotaan untuk menggambarkan bagaimana mereka memaknai dirinya maupun lingkungan sosialnya.

Selain mengunjungi pusat belanja modern, ekspresi gaya hidup kota kontemporer di Surabaya juga dilakukan dengan penggunaan peralat teknologi canggih terbaru seperti handphone, mobil, dan produk-produk yang bisa dipamerkan lainnya. Tak dapat dipungkiri, di era teknologi dan informasi ini penggunaan peralatan teknologi komunikasi tidak hanya sebagai media berkomunikasi tetapi juga sebagai penunjang gaya hidup. Jenis dan moda komunikasi yang ditawarkan oleh berbagai peralatan berteknologi menjadi seakan menjadi penanda kapasitas seseorang dalam jejaring komunikasi virtual. Sehingga penggunaan peralatan teknologi komunikasi serba canggih menjadi kebutuhan yang tak terelakkan bagi kalangan masyarakat, terutama di wilayah perkotaan. Di Surabaya, trend penggunaan peralatan teknologi komunikasi canggih atau *smartphone* cenderung tinggi yang ditandai dengan tingginya angka penjualan berbagai macam jenis *smartphone* di kota ini. Di tahun 2011 misalnya, angka penjualan *smartphone* yang kisaran harganya di atas 3 juta rupiah mengalami kenaikan sebanyak 50% dari tahun sebelumnya yang angka penjualannya dari berbagai merek mencapai 3000 unit dalam sebulan.¹⁴ Trend tersebut terus meningkat di tahun 2012. Misalnya penjualan salah satu merek telepon seluler canggih *BlackBerry* tipe menengah atas mencapai angka 500 unit sedangkan menengah bawah berkisar di angka 300 unit dalam sebulan.¹⁵

Tidak hanya itu, tingkat konsumsi masyarakat kota Surabaya dalam hal moda transportasi pribadi juga terbilang tinggi. Fenomena ini bisa dilihat dari terus meningkatnya kepemilikan kendaraan pribadi di Surabaya. Berdasarkan data yang dihimpun oleh BPS Kota Surabaya, pada tahun 2006 kepemilikan sepeda motor di Surabaya adalah 7.444.716 unit. Di tahun 2010, angka kepemilikan sepeda motor meningkat mencapai 9.102.454. Hal yang sama juga terjadi pada peningkatan kepemilikan kendaraan roda empat pribadi yang jumlahnya mencapai angka 191.525 pada tahun 2010. Jika dilihat dari jumlah kendaraan pribadi pada tahun 2010, baik roda dua maupun roda empat yang jika dikalkulasikan jumlahnya adalah 9.293.979, maka jumlah kendaraan pribadi di kota Surabaya jauh melebihi jumlah penduduknya yang hanya 2.929.528 jiwa. Jika jumlah tersebut dirata-rata, maka satu orang di kota Surabaya bisa memiliki tiga kendaraan pribadi. Berdasarkan data yang dicatat oleh salah satu pabrikan mobil, Honda, Surabaya merupakan lahan

14 Surabaya Post Online edisi 15 November 2012, diakses dari www.surabayapost.com pada tanggal 17 Desember 2012.

15 Berita Surabaya edisi 2 Mei 2012, diakses dari www.beritasurabaya.net pada 17 Desember 2012.

basah bagi pasar otomotif yang hingga tahun 2012 angka pembelian mobil Honda di kota itu selama periode Januari-September mencapai 5.543 unit.¹⁶ Selain karena ketatnya penetrasi pasar, fenomena merebaknya penggunaan kendaraan bermotor di Surabaya juga disebabkan oleh wacana gaya hidup yang menjadikan kendaraan bermotor sebagai salah satu penandanya.

Dalam konteks Surabaya kontemporer, konsumsi pada produk-produk penopang gaya hidup tidak hanya terjadi pada lingkaran kelas menengah atas tetapi juga merambah pada kelompok masyarakat berpendapatan menengah ke bawah. Secara umum, produk-produk yang menjadi properti gaya hidup saat ini berada pada level harga menengah atas. Namun demikian, harga yang sedikit lebih mahal tersebut bukan berarti tanpa akses bagi kelompok masyarakat berpendapatan menengah ke bawah. Berbeda dengan kalangan menengah atas yang dalam melakukan konsumsinya tanpa pertimbangan negosiasi harga, para konsumen dari kelas menengah bawah sangat melihat ruang-ruang konsumsi yang bisa mereka 'negosiasikan' dengan latar belakang ekonominya. Seperti yang diungkapkan oleh Arifin yang gemar berbelanja di Tunjungan Plaza:

Soal harga sebenarnya nggak jauh beda, hanya beda tipis. Paling selisih Rp 15 ribu. Meski kantong tipis, kita bisa mencari tempat yang membandrol diskon tinggi¹⁷

Penjelasan Arifin di atas menunjukkan bahwa dalam kasus *shopping mall* yang secara umum berstigma sebagai pusat perbelanjaan yang mahal, tetapi pada kenyataannya memiliki ruang yang dapat menjembatani kalangan menengah ke bawah untuk bernegosiasi dengan keadaan ekonominya dalam menjalankan praktik konsumsinya. Kemudahan seperti *discount*, kredit murah, serta paket-paket khusus lain dengan potongan harga hingga 50% menjadi ruang dimana kelas menengah bawah dapat mengakses produk-produk kelas menengah atas untuk memenuhi kebutuhan gaya hidupnya.

Dari fakta di atas, sebenarnya bisa terlihat bagaimana antusiasme dan orientasi masyarakat perkotaan di Surabaya. Bersamaan dengan hadirnya pasar dan konstruksi hidup yang dilakukan oleh media,¹⁸ Surabaya kini menjadi arena di mana pembentukan gaya hidup berpusat di dalamnya. Jika dulu kota di Indonesia menjadi maket bagi unjuk giginya penguasa Orde Baru yang ditunjukkan melalui pembangunan dan modernisasi, namun saat ini kota menjadi ruang bagi masyarakat untuk mengeskpresikan gaya hidupnya. Runtuhnya rezim Orde Baru yang sebelumnya dominan dalam membentuk wacana hidup sejahtera dibawah naungan negara, saat ini telah

16 Harian online Okezone edisi 8 November 2012, diakses dari <http://autos.okezone.com> 03 Januari 2013.

17 www.merdeka.com, diakses pada 20 Desember 2012.

18 Studi tentang pengaruh media pada gaya hidup masyarakat di Indonesia ini pernah dilakukan oleh Ida (2008) tentang pengaruh film drama Taiwan, *Meteor Garden*, yang banyak menginspirasi masyarakat perkotaan di Indonesia dalam hal gaya hidup.

tergantikan oleh pasar yang menawarkan sensasi hidup yang imajiner. Simulasi hidup yang dibayangkan melalui konsumsi dan terbentuknya ruang-ruang konsumtif tumbuh menjamur diikuti dengan antusiasme masyarakat perkotaan yang tidak selalu berasal dari kelas menengah atas, tetapi juga menengah ke bawah tetapi dengan frekuensi konsumsi yang berbeda. Di sini konsumsi menjadi lokus penting yang menentukan bagaimana orang ingin dilihat dan melihat.

Kuala Lumpur Pasca ‘Pemindahan’ Ibukota

Hampir dua dekade yang lalu, ketika Perdana Menteri Malaysia Mahathir bin Mohamad menggalang proyek besar untuk merekayasa sebuah kota yang menjadi pusat aktifitas pemerintahan Malaysia, kini kota itu berdiri di 25 km selatan Kuala Lumpur, ibukota Malaysia sebelumnya. Putra Jaya, areal yang sebelumnya merupakan kawasan perkebunan sawit milik pemerintah Malaysia yang dialiri oleh banyak sungai dan terdiri danau-danau kecil, kini berwajah tegap dengan gedung-gedung artistik berarsitektur modern. Sejak tahun 1999, pemerintah Malaysia secara resmi memindahkan pusat pemerintahannya dari Kuala Lumpur ke Putra Jaya. Dari sanalah kemudian Putra Jaya menjadi kota pusat pemerintahan, sedangkan Kuala Lumpur tetap menjadi Ibukota tetapi tanpa pemerintahan pusat di dalamnya.

Wacana semakin padatnya Kuala Lumpur sebagai Ibukota merupakan argumen utama untuk membangun proyek sebesar 20 milyar ringgit tersebut.¹⁹ Menurut Mahathir, di dekade 1990-an Kuala Lumpur sudah terlalu padat untuk menjadi sebuah ibukota. Selain itu, berbagai permasalahan seperti kemacetan dan banjir dinilai telah menghambat mobilitas di Kuala Lumpur sehingga mengganggu aktifitas pemerintahan, ekonomi, dan bisnis. Oleh karenanya, opsi pemindahan perangkat pemerintahan negara federal Malaysia menjadi pilihan meskipun banyak mendapatkan pertentangan dari kalangan oposisi Mahathir. Kini Kuala Lumpur telah ‘ditinggalkan’ oleh negara dan menjadi salah satu tren baru urbanisme kontemporer di Asia Tenggara di mana pusat pemerintahan tidak lagi berada di ibukota utama, dan ibu kota beralih menjadi pusat aktifitas ekonomi dan gaya hidup.

Kuala Lumpur merupakan kota terbesar di Malaysia dan hingga kini masih menjadi ibukota negara tersebut sejak Malaysia merdeka dari kolonialisme Inggris. Luas wilayah kota ini adalah 423 km²² dengan populasi 1.700.000 jiwa pada tahun 2010.²⁰ Angka tersebut relatif stagnan jika dilihat setidaknya dari dua tahun kebelakang dimana pada tahun 2008 jumlah penduduk Kuala Lumpur hanya 1.600.000 jiwa. Jika dilihat secara keseluruhan dalam *greater* atau metro Kuala Lumpur, maka total luas kota ini adalah

¹⁹ Lander (1999)

²⁰ *Department of Statistic, Malaysia*, diakses dari situs resmi statistik Malaysia <http://www.statistics.gov.my> pada 17 Januari 2013.

2,243.27 km² dengan jumlah populasi mencapai 13,239,871 dengan kepadatan penduduknya kurang lebih 251.9/km.² Dibandingkan kota lainnya di Asia Tenggara, Kuala Lumpur merupakan kota yang kepadatan penduduknya menempati peringkat keenam setelah Manila, Jakarta, Singapura, Bangkok, dan Hanoi yang kepadatan penduduknya di atas 1.500/km².

Perjalanan historis Kuala Lumpur sebagai wilayah urban tidak terlepas dari posisinya yang vital dalam lalu lintas perdagangan internasional di Semenanjung Malaka. Menurut Evers dan Korff (2000) setidaknya terdapat dua masa pembentukan urbanisme di Kuala Lumpur, kolonial dan poskolonial. Di masa kolonial, Kuala Lumpur terbentuk karena aktifitas perdagangan dan pergudangan di pertengahan abad delapan belas yang cukup masif di dua 'sirkuit urbanisme' semenanjung Malaka, yakni Melaka sebagai pusat aktifitas dan Penang sebagai *harbour settlement* di kawasan pantai barat tersebut (Nagata, 1979; Evers dan Korff, 2000). Hingga pada abad sembilan belas, ketika orang-orang Eropa mulai mendirikan pertambangan di Semenanjung Malaka karena permintaan material di Eropa, sirkuit urbanisme mulai beralih dari Melaka-Penang menjadi Melaka-Georgetown sebagai pusat pelabuhan dan industri timah di kawasan semenanjung (Sendut, 1965; Evers dan Korff, 2000).

Masifnya aktifitas penambangan Timah di kawasan pantai barat semenanjung banyak menarik para imigran, selain dari melayu juga datang dari kawasan India bagian Selatan dan Cina bagian selatan, yang datang untuk bekerja sebagai buruh-buruh tambang dan membentuk pemukiman-pemukiman padat di kawasan pantai barat (Winsedt & Wilkinson, 1974; Evers & Korff, 2000). Salah satu pemukiman pekerja yang saat itu mulai padat adalah di kawasan Kampung Bahru di Kuala Lumpur yang menjadi pemukiman bagi pekerja di kawasan kamp penambangan Taiping utara Kuala Lumpur (Provencher, 1971). Hingga pada masa pemerintahan kolonial, ketika pertanian dan perkebunan diintroduksikan, sekitar Kuala Lumpur berubah menjadi kawasan perkebunan yang menarik banyak tenaga kerja yang dikenal dengan '*transfer of human capital*' dari Melaka ke Kuala Lumpur dan menyebabkan Kuala Lumpur semakin berkembang dan memiliki peran yang jauh lebih penting ketimbang sirkuit lamanya, Melaka (Pryor, 1975).

Setelah mendapatkan kemerdekaannya pada tahun 1957, Kuala Lumpur bertransformasi menjadi metropolitan dan menjadi pusat '*booming towns*' bagi kota satelitnya Petaling Jaya, dan beberapa kota lainnya seperti Butterworth, Kelang, Johor Baru, Alor Setar, Sungai Petani, Mentakab, Kuantan, Kota Bahru, dan Melaka (Evers & Korff, 2000). Birokratisasi yang terpusat di kota, terutama Kuala Lumpur setelah kemerdekaan memberikan pengaruh bagi terbentuknya kawasan metropolitan akibat migrasi penduduk yang bekerja sebagai tenaga administratif dan pegawai negeri Malaysia (Tilman, 1964; Jones, 1965; Evers & Korff, 2000). Tren ini juga diikuti oleh *booming* industri, terutama di sektor

manufaktur, selama dekade 1960 dan 1970an yang memberikan pengaruh bagi terpusatnya migrasi tenaga kerja di kantong-kantong industri seperti Butterworth, Petaling Jaya, dan Kelang, serta di pusat administrasi di Kuala Lumpur (Osborn, 1974; McGee, 1976; Evers & Korff, 2000), sementara di saat yang sama sektor pertanian Malaysia juga mengalami perubahan dari sistem pertanian subsistensi beralih menjadi sistem pertanian berbasis pasar akibat dari penurunan produksi oleh penyempitan lahan sehingga memaksa petani beralih pencaharian ke sektor jasa dan industri di kawasan urban (Chander, 1970; Pryor, 1974; Evers & Korff, 2000).

Meskipun birokratisasi, industrialisasi, dan perubahan di sektor pertanian merupakan tiga faktor penting yang menlandasi urbanisme di Malaysia abad 20, tetapi momentum puncak perubahannya adalah pada masa Malaysia *East Asian Miracle* (Keong, 2006). *East Asian Miracle* merupakan sebutan Bank Dunia untuk menggambarkan pertumbuhan ekonomi Malaysia yang sangat progresif di bawah pimpinan PM Mahathir (Khoo, 2003; Keong 2006). Di bawah *Vision 2020* yang menjadi visinya, Mahathir membelanjakan milyaran dollar Amerika untuk menyulap Malaysia menjadi negara modern, dengan Kuala Lumpur sebagai pusatnya. Tak kurang US\$ 2.36 milyar digelontorkan untuk membangun Kuala Lumpur International Airport sebagai pintu gerbang Malaysia di Ibukota (Keong, 2006). Mega proyek yang tak kalah besar lainnya adalah US\$ 756 milyar untuk membangun simbol Kuala Lumpur dan Malaysia yang sangat monumental, menara kembar Petronas atau Petronas Twin Towers (Keong, 2006). Dua mega proyek tersebut segera diikuti dengan semakin megahnya Kuala Lumpur dengan hadirnya berbagai aktifitas bisnis yang mendorong berdirinya bermacam-macam infrastruktur.

Di abad ke-21, Kuala Lumpur menagalami perubahan *landscape* yang signifikan sebagai upaya penyesuaian terhadap semakin meningkatnya aktifitas global. Selain perkembangan jumlah populasi, Kuala Lumpur juga mengalami perkembangan spasial yang mengekspansi kawasan-kawasan *rural* di sekitarnya.²¹ Selain itu pertumbuhan ekonomi di Kuala Lumpur juga semakin meningkat oleh berbagai aktifitas produksi maupun jasa yang tidak hanya bersifat nasional tetapi juga terkoneksi dengan jejaring global. Kuala Lumpur sebagai pusat urbanisme di Malaysia telah mengintegrasikan berbagai aktifitasnya dengan perkembangan ekonomi global. Melalui alokasi finansial yang besar Kuala Lumpur mengimprovisasi infrastruktur kotanya untuk menjadikannya lebih suportif dan kompetitif di abad ke-21 (Thong, 2005). Oleh karenanya, selain pertumbuhan populasi, spasial, dan ekonomi, Kuala Lumpur juga mengalami pertumbuhan infrastruktur.

Sesuai dengan *Kuala Lumpur Structure Plan 2020*, di awal abad ke-21 pemerintah kota Kuala Lumpur mulai mengatur skala pertambahan

21 Diakses dari *global-cities.info* pada 17 januari 2013.

penduduk yang menjadi target dalam 20 tahun, yakni dari 1,4 juta jiwa pada tahun 2000 menjadi 2,2 juta jiwa pada tahun 2020.²² Jumlah tersebut disesuaikan dengan kalkulasi ketersediaan lahan di Kuala Lumpur, terutama terkait dengan masalah hunian perkotaan. Selain populasi penduduk, *Kuala Lumpur Structure Plan 2020* juga memprioritaskan infrastruktur komunikasi dan transportasi modern untuk menjamin kapasitas Kuala Lumpur dalam jaringan global. Untuk akses jalan raya, terdapat 19 jalur tol yang lima diantaranya dibangun pada tahun 1990-an sementara yang lain dibangun pada tahun 2000-an (Nor, Nor, dan Jaafar, 2011). Di samping itu, Kuala Lumpur juga difasilitasi dengan sarana transportasi publik modern seperti *commuter bus* yang sehari-harinya mengangkut 280.000 penumpang dengan total armada mencapai 1.100 bus (Nor, Nor, dan Jafaar, 2011). Di tahun 2005, Kuala Lumpur secara resmi mengoperasikan kereta komuter *Light Rapid-transit System (LRT)* dan *People-mover Rapid Transit (PRT)* yang melayani rute dari pusat komersial Kuala Lumpur ke wilayah pinggiran kota yang sehari-harinya membawa 450.000 penumpang hilir mudik di Kuala Lumpur.²³ Sarana telekomunikasi dan informasi modern juga telah banyak digunakan di Kuala Lumpur, terutama dalam komunikasi, pendidikan, dan beberapa bidang lainnya. Studi Balakrishnan dan Soo Loo (2012) menunjukkan bahwa setidaknya 3,4 juta telepon seluler berteknologi tinggi telah digunakan di Malaysia dengan konsumen mulai dari pelajar hingga mereka para profesional. Penggunaan telekomunikasi modern di Kuala Lumpur tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai penunjang kegiatan lainnya seperti sebagai alat bantu untuk pendidikan lingkungan serta pelayanan dan informasi perpustakaan (Karim dkk, 2006; Balakrishnan dan Soo Loo, 2012).

Tabel 1. Jalan tol di Kuala Lumpur

Nama Jalan Tol	Panjang	Tahun Dibangun
Shah Alam Expresway (KESAS)	34.5	Sept 1998
Kuala Lumpur-Karak Highway	60.0	April 1999
Cheras-Kajang Highway	11.7	Jan 1999
Damansara-Puchong Highway (LDP)	40.0	Jan 1999
Sungai Besi Highway (BESRAYA)	16.7	Jan 1999
Ampang Elavated Highway (AKLEH)	7.9	Des 2000
Western Kuala Lumpur Traffic Dispersal Scheme Highway (SPRINT)	26.0	Juni 2001
	17.5	Maret 2000
New North Klang Strait Bypass Highway	17.0	Agust 2003
East West Link Expressway	37.0	Juni 2004

22 Kuala Lumpur Structure Plan 2020, diakses dari http://www.dbkl.gov.my/pskl2020/english/land_use_and_development_strategy/index.htm pada 5 Februari 2013

23 Global City Research Institute: Kuala Lumpur-Malaysia, diakses dari global-cities.info pada 17 januari 2013

Kajang Highway (SILK)	19.6	April 2004
New Pantai Expressway (NPE)	169.0	Agust 2004
East Coast Highway (LPT)	26.0	Des 2004
Kuala Lumpur-Putrajaya Highway (MAJU)	25.0	April 2005
Guthrie Corridor Expressway	14.7	Agust 2006
Kemuning-Shah Alam Highway (LKSA)	3.0	April 2007
SMART Tunnel 3.0	18.0	Jan 2009
Duta-Ulu Klang Expressway (DUKE) 18.0	44.3	Okt 2009
Kajang-Seremban Highway (KASEH) 44.3	51.0	Juni 2010
South Klang Valley Expressway (SKVE) 51.0		June 2010

Sumber: Nor, Nor, dan Jafaar (2011)

Berdasarkan *Kuala Lumpur Structure Planning 2020*, wilayah urban di Kuala Lumpur terbagi menjadi beberapa zona, yakni City Center, Wangsa Maju-Maluri, Sentul-Menjalara, Damansara-Penchala, Bukit Jalil-Seputeh, dan Bandar Tun Razak-Sungai Besi. Kelima zona urban tersebut terhubung oleh jalan-jalan raya, jalan tol, serta LRT dan PRT yang setiap harinya digunakan oleh warga kota sebagai sarana hilir-mudik dari dan menuju pusat kota. City center merupakan wilayah strategis yang memiliki luas area 1.813 ha dan dibatasi oleh dua jalan raya utama, Jalan Tun Abdul Razak dan Mahameru highway. Selain memiliki Merdeka Square sebagai salah satu simbol sejarah di Malaysia, City Center juga menjadi basis aktifitas komersial dan turisme dengan Menara Kembar Petronas sebagai simbolnya.

Beberapa pemukiman juga berada di wilayah ini, tetapi jumlahnya kecil. Meskipun data menunjukkan bahwa pada kurun waktu 1984-2000 pemukiman merupakan fungsi paling besar untuk penggunaan tanah yang mencapai 22% dari total jumlah tanah di Kuala Lumpur, tetapi di City Center justru terjadi penurunan jumlah luasan pemukiman dari 390,58 ha menjadi hanya 254,88 ha di tahun 2000 (Shuid, 2004). Sementara itu, dalam kurun 16 tahun tersebut, penggunaan tanah sebagai wilayah komersial mengalami kenaikan yang signifikan, yaitu dari 504,36 ha pada 1984 menjadi 1.091,7 ha di tahun 2000 dan bersamaan dengan itu City Center mengalami penurunan jumlah populasi yang cukup drastis. Fenomena ini disebabkan oleh semakin mahalnya tanah dan perumahan di kawasan City Center akibat aktifitas komersial dan munculnya kelompok Melayu Baru yang konsumtif dalam dua dekade terakhir abad 20 (Shuid, 2004).²⁴

Di era tahun 2000-an, aktifitas komersial tidak lagi hanya terpusat di City Center, tetapi juga merambah ke wilayah suburban lainnya, namun

²⁴ Terminologi Melayu Baru merupakan terminologi yang digunakan para ilmuwan sosial di Malaysia untuk menyebut munculnya orang-orang kaya sebagai efek dari *New Economic Policy* (NEP) antara tahun 1971 dan 1990. Kelompok Melayu baru ini merujuk pada para pengusaha, elite politik, profesional, namun dalam perspektif ini lebih banyak tertuju pada golongan etnik non melayu seperti Cina dan India yang tinggal di Kuala Lumpur dan kota-kota lain di Malaysia (Shamsul, 1999).

dengan tingkat perkembangan yang jauh lebih lambat jika dibandingkan dengan kawasan City Center. Berdasarkan data *Kuala Lumpur Structure Plan 2020*, hingga tahun 2000 total wilayah komersial di semua kawasan di Kuala Lumpur adalah 64.000.000 m². Dari total jumlah tersebut, lebih dari separuhnya terpusat di City Center, sementara yang lain tersebar di kawasan suburban Kuala Lumpur.

Tabel 2.
Jumlah dan persebaran kawasan komersial di Kuala Lumpur

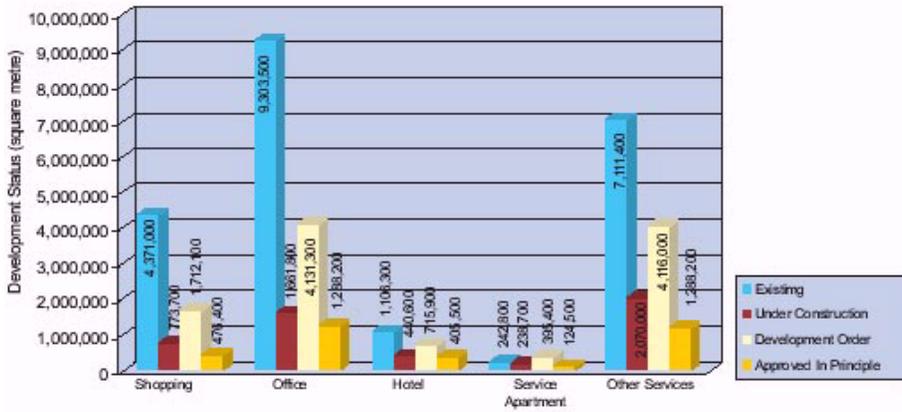
Strategic Zone	Development Status (in square metre)				Total
	Existing	Under Construction	Development Order	Approved in Principle	
City Centre	10,452,000	2,688,300	3,387,300	1,141,100	17,668,700
Wanga Maju-Maluri	2,435,100	435,600	2,214,400	522,600	5,607,700
Sentul-Menjalana	2,250,400	807,400	1,599,100	301,000	4,957,900
Damansara-Penchala	1,548,700	280,500	788,700	503,200	3,121,100
Bukti-Jalil	3,530,800	868,000	1,916,200	959,800	7,274,800
Bandar Tun Razak-Sg.Besi	1,918,100	36,800	1,123,800	135,000	3,213,700
Total	22,135,100	5,184,800	11,070,600	3,562,700	41,953,200

Sumber: *Kuala Lumpur Structure Plan 2020*

Berdasarkan tabel di atas, juga dapat dilihat bahwa perkembangan kawasan komersial di Kuala Lumpur masih akan terus bertambah. Dilihat dari status perkembangan, jumlah kawasan yang sedang di bangun, dalam penataan pembangunan, ataupun yang masih dalam fase mendapatkan persetujuan untuk dibangun, jumlah kawasan komersial yang akan muncul di setiap kawasan mencapai lebih dari separuh angka kawasan komersial yang telah berdiri di tahun 2000. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam dekade 2000-an hingga tahun 2020 mendatang, angka wilayah dan infrastruktur komersial akan terus bertambah dalam jumlah yang besar dan beragam.

Berdasarkan catatan yang ada, aktifitas komersial di Kuala Lumpur dibagi ke dalam beberapa kategori yakni perkantoran, perhotelan, perbelanjaan, apartemen, dan pelayanan lainnya.

Tabel 3.
Komponen aktifitas komersial di Kuala Lumpur



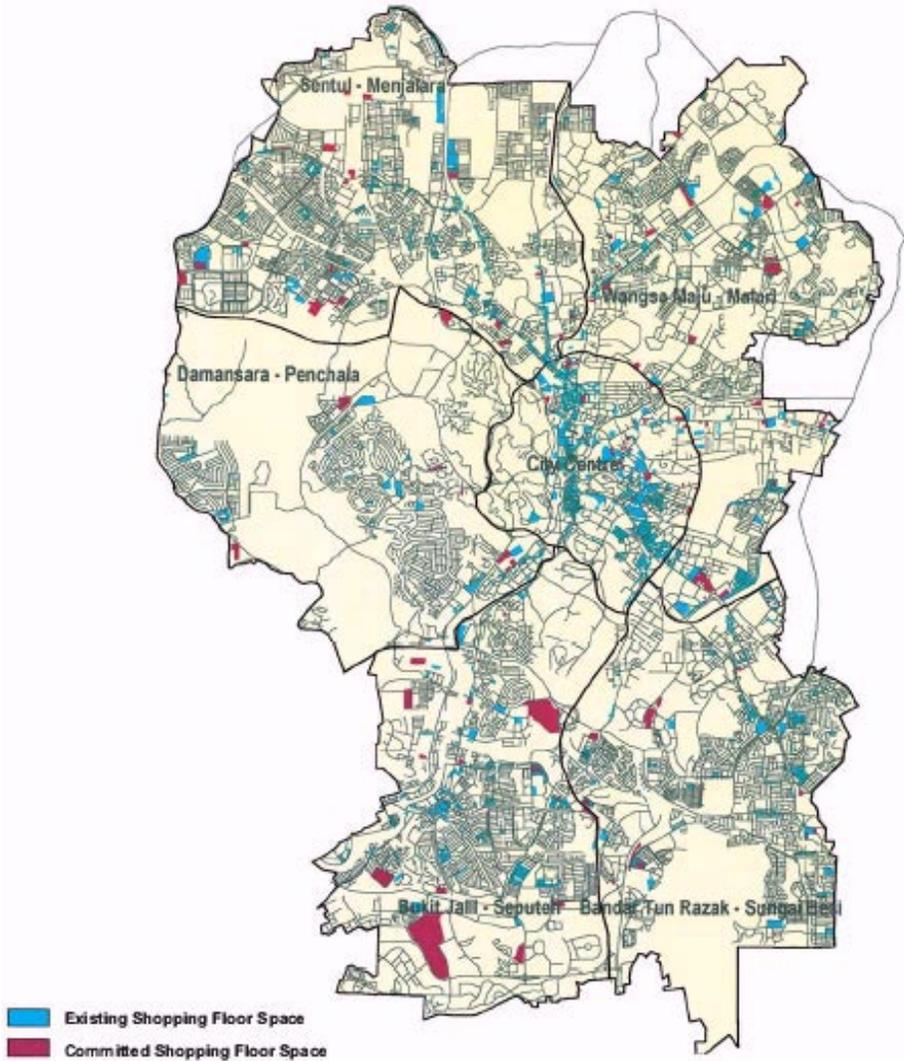
Sumber: *Kuala Lumpur Structure Plan 2020*

Perkantoran terdiri dari kompleks perkantoran lama yang merupakan gedung-gedung tua bersejarah yang digunakan sebagai kantor pemerintah, serta kompleks perkantoran baru yang digunakan sebagai perkantoran swasta.²⁵ Di wilayah City Center, Seputeh, Bukit Indah, dan Sentul yang merupakan pusat aktifitas komersial dan finansial internasional banyak berdiri hotel dan apartemen dan biasanya digunakan oleh para ekspatriat yang menjalankan aktifitas bisnisnya di Kuala Lumpur. Sedangkan pelayanan publik lainnya meliputi arena rekreasi, fasilitas pergudangan, exhibition hall, gedung teater, bioskop, arena konser, dan restoran hampir 44% darinya terpusat di City Central, sedangkan yang lain tersebar di wilayah suburban Kuala Lumpur.

Aktifitas komersial lainnya yang mengalami peningkatan cukup pesat adalah perbelanjaan modern. Berdasarkan *Kuala Lumpur Structure Plan 2020*, Kuala Lumpur menjadi pusat berkembangnya ruang-ruang belanja modern. Hadirnya *hypermarket* dan *mega mall* sebagai pusat rekreasi dan belanja ini berpengaruh terhadap infrastruktur dan pola kehidupan di kota. Seperti di lihat pada tabel di bawah ini, berdirinya perbelanjaan modern tidak hanya terpusat di City Central, tetapi juga merambah daerah pinggiran kota dan ditargetkan dapat merubah pola pengembangan retail di Kuala Lumpur, yang sebelumnya berupa pasar tradisional dan pertokoan rumah, menjadi retail modern dan berskala internasional seperti *mall* dan supermarket.

²⁵ Sejak pusat pemerintahan dipindahkan ke Putra Jaya, gedung-gedung perkantoran lama tersebut digunakan sebagai cagar peninggalan sejarah.

Gambar 1.
Persebaran ruang belanja modern di Kuala Lumpur



Sumber: *Kuala Lumpur Structure Plan 2020*

Pertumbuhan perbelanjaan modern di Kuala Lumpur sebenarnya muncul sejak beberapa dekade yang lalu, yakni bersamaan dengan *booming* pertumbuhan ekonomi Malaysia di tahun 1980-an, namun saat itu Malaysia

masih dikuasai oleh retail tradisional, terutama di kawasan semenanjung.²⁶ Modern retail mulai mendapatkan popularitasnya di era 1990-an, ketika banyak perusahaan retail transnasional datang di wilayah-wilayah kota, seperti Kuala Lumpur, Petaling Jaya, Penang, dan Johor (Mutebi, 2007). Kini di abad ke-21, Kuala Lumpur dipenuhi transnasional retail dan mega mall yang tumbuh di antara pusat-pusat keramaian dan pemukiman. *The Store Corporation*, *Giant TMC*, *Carrefour Malaysia*, dan *Parkson Retail Group* adalah beberapa nama transnasional retail yang memegang peranan penting dalam lalu lintas retail di Kuala Lumpur (Mutebi, 2007). Sementara itu, gemerlap *shopping mall* mendominasi wilayah City Center dan beberapa area lain seperti Klang Valley dan Petaling Jaya. Beberapa *mall* yang sangat populer di Kuala Lumpur antara lain *Pavilion KL*, *Suria KLCC*, *Plaza Lowyat*, *Midvalley Mega Mall & The Gardens*, *Lot10*, *Fahrenheit88*, *1Utama*, *Sunway Pyramid*, dan mall terbesar di Kuala Lumpur *Berjaya Times Square*. Dengan desain rekreasi belanja, mall-mall tersebut juga dijejali oleh komoditi dengan *brand* internasional sehingga citra yang melekat pada *mall* lebih dari sekedar belanja, tetapi juga menentukan selera dalam berbelanja.

Hadirnya ruang-ruang yang membentuk citra dan selera ini secara signifikan memberikan pengaruh bagi persepsi dan selera masyarakat perkotaan di Kuala Lumpur. Studi Lim, Arokiasamy, dan Moorthy (2010) menunjukkan bahwa hadirnya transnasional retail dan shopping mall ini telah membentuk tradisi berbelanja masyarakat perkotaan di Malaysia. Masyarakat perkotaan di Malaysia, termasuk Kuala Lumpur, cenderung untuk berbelanja di hypermarket dan *shopping mall* daripada di perbelanjaan tradisional. Meningkatnya taraf hidup dan pendidikan ditambah pengaruh media massa global menjadikan masyarakat perkotaan di Kuala Lumpur semakin *knowledgable* dan kosmopolitan sehingga terbuka terhadap hadirnya komoditi global. Selain itu, masyarakat Kuala Lumpur dan kota-kota lainnya kini telah bergeser, dari belanja dengan kebutuhan pokok yang simpel menjadi masyarakat dengan kebutuhan gaya hidup yang kompleks seperti kesehatan, kecantikan, fashion, dan lainnya (Malaysian Household Expenditure Survey Report, 1998/9; Lim, Arokiasamy, dan Moorthy, 2010).

Di Kuala Lumpur, upaya pemenuhan gaya hidup ini dikreasikan dalam praktek-praktek konsumsi dan segmentasi pelengkap kebutuhan. Banyaknya *hypermarket* dan mall yang menjadi tempat berlabuh bagi komoditi global

26 *Booming* pertumbuhan ekonomi Malaysia terjadi pada dekade 1970-1980-an ketika pemerintah Malaysia memberlakukan Kebijakan Ekonomi Baru (KBE) atau populer dengan istilah New Economic Policy. KBE diberlakukan untuk mengatasi ketimpangan ekonomi antar ras yang terjadi di Malaysia yang dalam hal ini warga negara Malaysia dari etnis Melayu mengalami keterpurukan ekonomi dibandingkan dengan etnis Cina dan India di negara yang menjadi warga negara Malaysia. Puncaknya, pada tahun 1969 terjadi kerusuhan rasial yang disebabkan oleh ketimpangan ini. Dalam Implementasinya, KBE berhasil menaikkan ekonomi masyarakat etnis Melayu Malaysia yang ditandai dengan meningkatnya kepemilikan lembaga perbankan dan keuangan sebanyak 69% dan 32% di sektor perkebunan oleh etnis Melayu Malaysia. Lihat Mei Ling (1998)

menyebabkan pergeseran pola konsumsi masyarakat perkotaan di Malaysia. Meskipun dihuni oleh mayoritas muslim dan pemerintah Malaysia memberlakukan ideologi Islam, tetapi banyak dari masyarakat perkotaan di Malaysia saat ini justru banyak mengkonsumsi produk-produk impor dari negara-negara barat. Artikel yang ditulis oleh Rosenfeld yang dimuat di Washington Post edisi 26 Oktober 1998, sedikit memberikan gambaran tingginya konsumsi masyarakat perkotaan di Kuala Lumpur terhadap produk-produk barat seperti McDonalds, film-film hollywood, MTV, dan produk lainnya. Fakta ini menunjukkan bahwa konsumsi telah menjadi bagian dari ekspresi gaya hidup masyarakat urban kontemporer.²⁷

Di sisi lain, studi Murphy (2007) dalam Lim, Arokiasamy, dan Moorthy (2010) menunjukkan bahwa 44% warga Malaysia dari semua lapisan kelompok pendapatan, baik bawah, menengah, dan atas adalah warga yang patuh terhadap merek dalam menentukan perilaku konsumsinya. Konsumen di Malaysia lebih percaya terhadap merek melebihi kemampuan mereka meskipun pada akhirnya dituntut untuk membayar lebih mahal. Citra yang melekat pada merek produk merupakan determinan yang sangat berpengaruh bagi konsumen di Malaysia, terutama di wilayah perkotaan. Merek tidak hanya sebuah nama pembeda suatu produk dengan produk lainnya, tetapi juga mengandung seperangkat atribut fisik dan sosio-psikologis yang di dalamnya terkandung pengalaman-pengalaman, emosi, sikap, gaya hidup, dan bahkan loyalitas (Simoes and Dibb, 2001; Lim, Arokiasamy, dan Moorthy, 2010; Aaker, 1996; Arvidsson, 2005).

Temuan di atas, selain menunjukkan bahwa pembangunan Kuala Lumpur selaras dengan ekspektasi kelas menengah perkotaan di Malaysia, tetapi juga sekaligus menunjukkan bahwa warga kota yang berada pada lapisan pendapatan bawah aktif terlibat dalam habitus kelas menengah. Studi Saravanamuttu (2003) menunjukkan data statistik yang jelas bagaimana pemenuhan kebutuhan hidup dan peralatan sehari-hari warga Malaysia kelas pendapatan bawah cenderung menyerupai cara-cara pemenuhan hidup kelas pendapatan menengah atas. Melalui fantasi-fantasi yang didapat dari media dan aktifitas hiburan di kota, warga kelas bawah Malaysia membangun orientasi hidupnya di atas fondasi *life style* melalui aktifitas konsumsi (Saravanamuttu, 2003).

Konklusi: Refleksi Studi Sosial Perkotaan di Asia Tenggara

Sebagaimana dipaparkan pada bagian introduksi, tulisan ini berupaya mencari wacana alternatif dari studi-studi sosial-budaya di perkotaan Asia Tenggara untuk melihat perubahan yang terjadi di kota-kota di Asia

²⁷ Sebagaimana dalam studi Lysonski, Durvasula and Zotos's (1996) bahwa salah satu dari tiga komponen penting yang menentukan sikap konsumen ketika melakukan praktek konsumsi adalah gaya hidup (*life style*).

Tenggara dan implikasinya. Sejak era negara bangsa, studi-studi yang menyentuh aspek sosial dan budaya perkotaan di Asia Tenggara, khususnya di Indonesia, banyak terfokus pada isu-isu pembangunan (Abiyasekere, 1987; Jellinek, 1991; Evers dan Korff, 2000; Dick, 2002), terutama setelah *booming capital* dan investasi asing di Asia Tenggara (Robison, 1986; Lindblad, 1998). Meningkatnya pertumbuhan ekonomi tidak hanya merangsang berkembangnya kawasan kota dengan berbagai infrastrukturnya seperti jalan raya, perkantoran, pemukiman baru, untuk menunjang aktifitas permodalan, perdagangan, dan industri (Evers dan Korff, 2000; Dick, 2002; Silas, 2002), tetapi juga menimbulkan problematika sosial di perkotaan.

Beberapa studi melihat bahwa salah satu persoalan dalam pembangunan perkotaan adalah relasi elit politik dan masyarakat kelas bawah perkotaan yang menghasilkan problem *inequality* dan terabaikannya kelompok-kelompok miskin perkotaan dalam dinamika perkembangan kota (Lewis, 1967; Lloyd, 1979) yang implikasinya menyebabkan kelompok miskin perkotaan menjadi lingkaran labirin di kampung-kampung kota (McGee, 1974; Krause, 1975; Thompson, 2004). Namun demikian bukan berarti kelompok ekonomi bawah di perkotaan hanya menjadi objek pasif dalam dinamika perkotaan. Justru sebaliknya, himpitan ekonomi dan tekanan elit politik di kota menjadikan kampung kota sebagai ruang yang dinamis dengan basis relasi kultural dan jejaring ekonomi informal yang stabil di dalamnya (Guinness, 1986; Jellinek, 1990; Murray, 1991; Thompson, 2004; Desmond, 2012). Dalam perkembangannya, studi sosial masyarakat perkotaan melihat bahwa orang-orang kampung kota menjadi target pendisiplinan yang dilakukan oleh negara atas dalih keamanan, ketertiban, dan keindahan kota (Guinness, 1986; Murray, 1991; Peters, 2010; King dan Idawati, 2010), meskipun terkadang mereka melakukan penolakan di ruang-ruang kultural di mana mereka dapat mendelegitimasi kekuasaan negara (Peters, 2013).

Beberapa studi di atas cukup komprehensif dalam menjelaskan fenomena sosial yang terjadi di perkotaan, tetapi masih mengandung cara pandang yang menempatkan kelompok kelas ekonomi bawah di perkotaan sebagai *the other* dalam konteks pembangunan. Cara pandang ini tercermin dari masih dilihatnya kelompok ekonomi bawah dan kampung kota sebagai objek disiplin elit politik kota. Selain itu beberapa studi yang menemptakan kampung kota sebagai komunitas dengan relasi kultural yang menguat di dalam juga mengandung cara pandang yang memarjinkan. Implikasinya adalah kampung dan kelompok ekonomi bawah di kota tidak memiliki kontingensi di dalam ruang publik kota secara keseluruhan, kecuali hanya di ruang-ruang mereka tinggal. Cara pandang ini justru melegitimasi bahwa kelompok ekonomi bawah di perkotaan adalah kelompok yang rentan dan tidak mampu menjadi agen dalam dinamika sosial dan politik di perkotaan.

Berdasarkan data-data yang digunakan dalam tulisan ini, penulis ingin berargumen bahwa meskipun pembangunan di perkotaan tidak menguntungkan bagi kelompok kelas bawah, tetapi mereka memiliki agensi dalam mengisi *discourse* di ruang-ruang perkotaan. Dalam kasus di Surabaya, beberapa informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa mereka enggan datang ke sebuah 'R' mall²⁸ karena dianggap mall-nya 'orang kampung'. Sebagian dari informan lain menyebutnya sebagai ruang anak-anak alay.²⁹ Beberapa informasi yang didapatkan penulis ketika melakukan wawancara dengan penjaga R mall tersebut, terungkap bahwa sebagian besar pengunjungnya adalah mereka yang berasal dari kampung-kampung di Wonokromo dan kawasan Surabaya selatan yang merupakan kantong pemukiman menengah ke bawah.

Fakta menarik lain dari kasus bergeraknya kelompok bawah di ruang-ruang kota adalah kasus Taman Bungkul Surabaya. Studi Putra (2012) menunjukkan bahwa sejak direvitalisasinya Taman Bungkul menjadi taman modern di tengah kota Surabaya, taman tersebut diokupasi oleh kelompok masyarakat bawah di Surabaya yang tidak hanya menjadikannya sebagai ruang-ruang ekonomis, tetapi juga sebagai ruang ekspresi gaya hidup kelas bawah. Jika selama ini gaya hidup lekat pada kelompok kelas menengah atas, maka di Taman Bungkul, kelompok kelas bawah dari kampung-kampung di sekitaran taman menjadikannya ruang publik dalam menghadapi tekanan ekspansi modal dan kelas menengah atas di Surabaya.

Melalui praktek-praktek konsumsi masyarakat kelas bawah perkotaan membangun diri mereka sendiri di ruang-ruang yang selama tidak diidentikkan bagi kelompok mereka seperti di pusat perbelanjaan modern atau di ruang gaya hidup lainnya. Pola konsumsi mereka juga tidak hanya sebatas tenggelam di dalam arus budaya massa. Kelas bawah perkotaan perlu juga dilihat sebagai konsumen cerdas dengan pilihan komoditi yang secara ekonomi terjangkau tetapi efektif dalam membentuk citra identitas gaya hidup kota. Fakta ini sekaligus menunjukkan bahwa kelas bawah perkotaan tidak hanya berinovasi di ruang-ruang mereka sendiri, tetapi juga menjadi kontingen di ruang-ruang publik kota yang selama ini diidentikkan oleh Leeuwen (2011) dan Talib (2000) sebagai ruang *habitus* kelas menengah perkotaan. ●

28 Nama Samaran untuk mall yang berada di jalan Ahmad Yani, Wonokromo, Surabaya.

29 *Alay* adalah bahasa *slang* yang digunakan anak-anak muda di Indonesia untuk menyebut sikap atau cara berdandan seseorang yang dianggap terlalu berlebihan dan dianggap memalukan.

Referensi

- Aaker, D. 1996. *Building Strong Brands*. New York: The Free Press.
- Abeyasekera, Susan. 1987. *Jakarta: A History*. Singapore: Oxford University Press.
- Arvidsson, Adam. 2005. "Brands: A critical perspective", *Journal of Consumer Culture* 5.
- Badan Pusat Statistik. 2010. *Surabaya Dalam Angka*. Badan Pusat Statistik Kota Surabaya
- Balakrishnan, Vimala dan Huck-Soo Loo. 2012. "Mobile Phone and Short Message Service: Appropriation, Usage and Behavioral Issues among University Students", *Journal of Social Sciences*, Vol. 8 , No. 3.
- Baudrillard, Jean. 1975. *The Mirror of Production*. St. Louis, MO: Telos Press.
- Beng Huat, Chua. 2003. *Life Is Not Complete Without Shopping: Consumption Culture in Singapore*. Singapore: Singapore University Press.
- Bunnel, Tim. 2002. "Kampung Rules: Landscape and the Contested Government of Urban(e) Malayness", *Urban Studies*, Vol. 39, No. 9.
- Chander, R. 1970. *Socio-Economic Sample Survey of Households 1967-68*. Kuala Lumpur: Department of Statistic.
- Chaney, David. 1996. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Desmond, Matthew. 2012. "Disposable Ties and the Urban Poor", *American Journal of Sociology*, Vol. 117, No. 5 (March 2012).
- Dick, Howard W. 1990. "Further Reflection On Middle Class", Richard Tanter and Kenneth Young (ed.). *The Politics of Middle Class Indonesia*. Center of Southeast Asian Studies, Monash University.
- . 2002. *Surabaya City of Work: A Socio-economic History, 1990-2000*. Singapore: NUS Press.
- Evers, Hans-Dieter and Rudiger Korff. 2000. *Southeast Asian Urbanism. Meaning and Power of Social Space*. New York: St. Martin's Press, Inc.
- Featherstone, Mike. 2007. *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage Publication
- Geertz, Clifford. 1960. *The Religion of Java*. Chicago: University of Chicago Press.
- Guinness, Patrick. 1986. *Harmony and Hierarchy in A Javanese Kampung*. Singapore: Oxford University Press.
- Ida, Rahma. 2008. "Consuming Taiwanese Boys Culture Watching Meteor Garden with Urban Kampung Women in Indonesia" dalam Ariel Heryanto (ed.). *Popular Culture in Indonesia Fluid identities in Post-Authoritarian Politics*. New York: Routledge
- Jellinek, Lea. 1990. *The Wheel of Fortune*. Sydney: Allen and Unwin.
- Jones, Gavin W. 1965. *The Employment Characteristic of Small Towns in Malaysia*. *Malayan Economic Review*, Vol. 10, No. 1.

- . 2002. "Southeast Asian Urbanization and The Growth Of Mega-Urban Regions", *Journal of Population Research*, Vol. 19, No. 2 (September 2002).
- Karim, N.S.A, S.H. Darus, dan R. Hussin. 2006. "Mobile Phone Applications in Academic Library Services: A Students' Feedback Survey", *Campus-Wide Inform. Syst*, 23.
- Keong, Choy Yee. 2006. "Behind Malaysia's "Miracle": A Veblenian Perspective on Mahathir's Era of Economic Modernization", *Journal of Economic Issues*, Vol. 40, No. 4 (Dec., 2006).
- Khoo, Boo Teik. 2003. *Beyond Mahathir: Malaysian Politics and Its Discontents*. London; New York: Zeed Book, Ltd.
- King, Ross and Dyah Erti Idawati. 2010. "Surabaya Kampung and Disrtorted Communication", *Journal of Social Issues in Southeast Asia* Vol. 25, No. 2 (2010).
- Krausse, G .1975. *The Kampung of Jakarta, Indonesia: A Study of Spatial Patterns*. Ph.D Thesis, University of Pittsburgh.
- Kusno, Abidin. 2009. *Ruang Publik, Identitas, dan Memori Kolektif: Jakarta Pasca-Soeharto*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Leeuwen, Lizzy Van. 2011. *Lost in Mal.: An Ethnography of Middle Class Jakarta in the 1990s*. Leiden: KITLV Press.
- Lev, Daniel S. 1990. "Intermediate Classes and Change in Indonesia: Some Initial Reflection". Richard Tanter and Kenneth Young (ed.). *The Politics of Middle Class Indonesia*. Center of Southeast Asian Studies, Monash University.
- Lewis, Oscar. 1967. *La Vida: A Puerto Rican Family in the Culture of Poverty*. London: Secker and Warburg.
- Lim, Jenny Marisa, Lawrence Arokiasamy, and M. Khrisna Moorthy. 2010. "Global Brands Conceptualization: A Perspective from the Malaysian Consumers". *American Journal of Scientific Research*, Issue 7.
- Lindblad, J. Thomas. 1998. *Foreign Investment in Southeast Asia in the Twentieth Century*. New York: St. Martin's Press, Inc.
- Lloyd, P. C. 1979. *Slums of Hope? Shanty Towns of the Third World*. Manchester: Manchester University Press.
- Lysonski, S, Durvasula, S. and Zotos, Y. 1996. "Consumer Decision-Making Styles: A Multi-Country Investigation", *European Journal of Marketing* 30 (12).
- McGee, T. G. 1974. "Peasants in Cities: Indiginous Paradox or Conceptual Muddle?: A Rejoinder", *Human Organization*, Vol. 33 (3).
- Mei Ling, Sieh Lee. 1998. "Transformasi Kelompok-Kelompok Usaha Malaysia" Ruth Mc Vey (ed.). *Kaum Kapitalis Asia Tenggara*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Murray, J. Allison. 1991. *No Money, No Honey: A Study of Street Traders and Prostitute Women in Jakarta*. Singapore: Oxford University Press.
- Mutebi, Alex M. 2007. "Regulatory Responses to Large-format Transnational Retail in South-east Asian Cities", *Urban Studies*, Vol. 44, No. 2.
- Nagata, J.A. 1979. *Malaysian Mosaic: Perspective from a Poly-Ethnic Society*. Vancouver: University of British Columbia Press.
- Nor, Abdur Rahim Md, Nor Ghani Md, and Mokhtar Jafar. 2011. "Greater Kuala Lumpur's Public Transport: Government Initiatives and Stakeholders Response", *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 5(6).
- Ockey, J. 1997. "Weapons of the Urban Weak: Democracy and Resistance to Eviction in Bangkok Slum Communities", *Sojourn*, Vol. 12.
- Peters, Robbie. 2009. "The Assault on Occupancy in Surabaya: Legible and Illegible Landscapes in a City of Passage", *Development and Change*, Vol. 40(5).
- . 2010. "The Wheels of Misfortune: The Street and Cycles of Displacement in Surabaya, Indonesia", *Journal of Contemporary Asia*, Vol. 40, No. 4, November 2010.
- . 2013. *Surabaya, 1945-2010. Neighbourhood, State and Economy in Indonesia's City of Struggle*. Singapore: NUS Press
- Provencher, R. 1971. *Two Malay Worlds: Interaction in Urban and Rural Settings*. Research Monograph No. 4, Center for South and Southeast Asia Studies, University of California.
- Pryor, R. J. 1975. *Movers and Stayers in Peninsular Malaysia: A Social and Economic Study*. Department of Geography, Occasional Paper No. 1, University of Malaya, Kuala Lumpur.
- Putra, Linggar Rama Dian. 2012. "City Park and The Production of Urban Lifestyle in Contemporary Indonesia: The Case of Taman Bungkul Surabaya", presentation paper at The Asian Studies Association of Australia (ASAA) 19 Biennial Conference, 2012, Sydney, Australia.
- Reid, Anthony. 1990. *An 'Age of Commerce' in Southeast Asian History*. Modern Asian Studies Vol. 24.
- Robison, Richard. 1986. *Indonesia: The Rise of Capital*. Sydney: Allen and Unwin.
- Sahlin, Marshall. 1976. *Culture and Practical Reason*. Chicago University Press.
- Saravanamutu, Johan. 2005. "Malaysia: Middle Class Affectations of a Democratizing Multicultural Society" Takashi Inoghuci, Miguel Basanez, Akihiko Tanaka and Timur Dadabaev (ed). *Values and Life Styles in Urban Asia. A Cross-Cultural Analysis and Sourcebook Based on the AsiaBarometer Survey of 2003*. Tokyo: Institute of Oriental Culture, University of Tokyo.

- Sendut, Hamzah. 1965. "The Structure of Kuala Lumpur: Malaysia's Capital City", *The Town Planning Review*, Vol. 36, No. 2 (Jul., 1965).
- Shamsul, A.B. 1999. "From Orang Kaya Baru to Melayu Baru: Cultural Construction of the Malay 'New Rich'". Michael Pinches (ed.). *Culture and Privilege in Capitalist Asia*. London: Routledge.
- Shuid, Syaifei. 2004. *Urbanization and Housing in Kuala Lumpur City Centre : Issues and Future Challenges*. 19th European World Planning and Housing Congress 2004, Melbourne Australia.
- Silas, Johan. 1995. "Kota yang Dirancang Salah Bisa-bisa Lahirkan Kejahatan", *Surabaya Post*, 12 April.
- . 2002. "Toll Roads and the Development of New Settlements: The Case of Surabaya Compared to Jakarta". *Bijdragen tot de Taal-, Land- en Volkenkunde*, Vol. 158, No. 4.
- Simoes, Claudia and Dibb, Sally. 2001. *Rethinking the Brand Concept: New Brand Orientation*, [http:// www.emerald-library.com](http://www.emerald-library.com)
- Simpsons, Timothy A. 2001. "Themed Environments, Suburbs, and the Middle Class in Bangkok", *Etnofoor*, Vol. 14, No. 1.
- Talib, Rokiah. 2000. "Malaysia: Power Shifts and the Matrix of Consumption". Chua Beng Huat (ed.). *Consumption in Asia: Lifestyles and identities*. London: Routledge
- Tanter, Richard and Kenneth Young (ed.). 1990. *The Politics of Middle Class Indonesia*. Center of Southeast Asian Studies, Monash University
- Thompson, Eric. C. 2004. "Rural Villages as Socially Urban Spaces in Malaysia", *Urban Studies*, Vol. 41, No. 12.
- Thong, Bon Lee. 2005. "Urban Development In Malaysia: The Case For A More Holistic And Strategic Approach To Urbanisation", paper presented at the Southeast Asian-German Summer School on Urban and Peri-Urban Developments: Structures, Processes and Solutions, University of Cologne, Koln, Germany, 16th October - 29th October 2005.
- Tilman, R.O. 1964. *Bureaucratic Transition in Malaya*. Durham, NC: Duke University Press.
- Windstedt, R.O and R. J Wilkinson. 1974. *A History of Perak*. Kuala Lumpur: Malaysian Branch of the Royal Asiatic Society.
- World Highways. 2008b. *Indonesia Road Project Faces Delays?* Worldhighway.com.
- . 2008c. *Indonesia Bridge Plan*. Worldhighway.com.

Website

- www.transsurabaya.com
www.yoursingapore.com
www.lensaindonesia.com
www.harianjatim.com

www.surabayapost.com

www.beritasurabaya.net

<http://autos.okezone.com>

www.merdeka.com

www.statistics.gov.my

global-cities.info

www.dbkl.gov.my/kuala_lumpur_structure_plan_2020